

现代推销实战宝典

推销员口才训练

孙鹤翎 编著



农民靠天吃饭，
推销员靠嘴赚钱！

 中国纺织出版社

推销员口才训练

孙鹤翎 编著



中国纺织出版社

内 容 提 要

推销人员最重要的素质,最好的能力体现方式便是妙语连珠的口才。本书教会推销人如何掌握锻炼口才的基本功,如何利用口才接近客户、与客户进行面谈、处理客户异议、促成交易等实用技巧与策略。本书以实际案例为切入点,紧密结合实际,是广大推销人员的良师益友。

图书在版编目(CIP)数据

推销员口才训练/孙鹤翎编著. —北京:中国纺织出版社, 2002.1

ISBN 7-5064-2177-1/F·0197

I. 推… II. 孙… III. 推销-语言艺术 IV. F713.3

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 089063 号

策划编辑:曹炳楠 责任编辑:曹炳楠
责任设计:高 静

中国纺织出版社出版发行
地址:北京东直门南大街 6 号
邮政编码:100027 电话:010—64168226
<http://www.c-textilep.com>
E-mail:Faxing@ c-textilep.com
华北石油廊坊华星印刷厂印刷 各地新华书店经销
2002 年 1 月第一版第一次印刷
开本:850×1168 1/32 印张:15
字数:350 千字 印数:1—5000 定价:26.80 元

凡购本书,如有缺页、倒页、脱页,由本社发行部调换

推销人员最重要的素质,最好的能力体现方式便是妙语连珠的口才。本书教会推销人如何掌握锻炼口才的基本功,如何利用口才接近客户、与客户进行面谈、处理客户异议、促成交易等实用技巧与策略。本书以实际案例为切入点,紧密结合实际,是广大推销人员的良师益友。

目 录

第 1 部分 推销员口才基本训练

第一章 口才是打开成功推销大门的钥匙 (3)

一、能说会道推销才会成功 (4)

二、好口才让顾客步步陷入 (10)

三、好口才让顾客心悦购买 (22)

第二章 推销员口才基本功 (34)

一、掌握推销口才的基本原则 (35)

1. 推销自己, 消除恐惧 (36)

2. 睁大眼睛、察颜观色 (43)

3. 竖起耳朵、耐心倾听 (49)

4. 周密考虑想好再说 (59)

5. 说话的原则与策略 (65)

6. 推销策略 (80)

二、做好充分准备 (99)

1. 明确有关你产品和公司的资料 (99)

2. 明确顾客所求与所需 (100)

3. 充实自己, 积累素材 (107)

三、创意开场白 (111)

1. 开场白的五个主要组成部分	(112)
2. 如何向初次见面的客户打招呼	(119)
3. 见面后的第一句话	(120)
4. 在开始的八秒钟之内掌握顾客	(126)
四、巧妙提问	(127)
1. 用问题引导商谈方向	(127)
2. 推销员必备的十种问题	(131)
3. 以提问掌握谈话的技巧	(135)
4. 巧妙的提问术	(141)
五、说到客户心坎上	(144)
1. 从客户的需求说起	(144)
2. 善意地给对方绝望感	(146)
3. 使对方产生良好联想	(149)

第2部分 推销口才实用技巧与策略

第一章 开拓客户的口才	(155)
一、开拓口才技巧	(155)
1. 收集信息	(156)
2. 了解客户的相貌	(161)
3. 了解客户及其家人的兴趣	(164)
4. 了解客户的其它方面	(166)
5. 利用电话开拓	(169)
6. 利用公司资源开拓	(177)
7. 利用个人资源开拓	(179)
二、开拓口才策略	(183)

1. 请人介绍开拓	(183)
2. 按部就班开拓	(186)
3. 与潜在客户做朋友	(190)
4. 让满意的顾客替你说话	(196)
5. 与潜在客户长期接触	(198)
 第二章 接近客户的口才	 (201)
一、约见客户的方法	(201)
1. 确定约见对象	(202)
2. 选择约见时间	(203)
3. 择定约见地点	(204)
4. 联系约见的方式	(206)
二、接近客户的口才技巧	(214)
1. 接近前的准备工作	(214)
2. 要比约定的时刻早十分钟到达	(216)
3. 敲门前应注意的事	(217)
4. 视线的位置	(219)
5. 用认错吸引客户	(220)
6. 集中客户注意力	(224)
7. 与接待人员建立良好关系	(227)
三、接近客户的口才策略	(228)
1. 寻找共同的话题	(228)
2. 利用好奇心	(231)
3. 利用问题	(233)
4. 敢于指挥	(235)
5. 出奇致胜	(237)
6. 利用服装	(243)

第三章 与客户面谈的口才	(246)
一、吸引顾客的注意力	(246)
1. 顾客注意力的分析	(246)
2. 顾客注意的分类	(247)
3. 引起顾客注意的原则	(248)
4. 引起顾客注意的技巧	(250)
二、面谈时的口才技巧	(255)
1. 解除客户的警戒心	(256)
2. 注重临场感	(257)
3. 克服反抗心理	(259)
4. 巧妙利用电话	(260)
5. 推销生产用品的口才技巧	(262)
6. 推销机械的口才技巧	(263)
7. 推销汽车的口才技巧	(265)
8. 推销耐用品的口才技巧	(266)
9. 推销房屋的口才技巧	(268)
10. 推销家电的口才技巧	(270)
11. 推销运输服务的口才技巧	(271)
12. 推销建筑材料的口才技巧	(272)
13. 推销玩具的口才技巧	(274)
14. 推销钟表的口才技巧	(275)
15. 推销服装的口才技巧	(277)
16. 推销药品的口才技巧	(278)
三、面谈时的口才策略	(280)
1. 引出客户的需要	(280)
2. 无中生有	(283)

3. 利用感情	(285)
4. 树立危机意识	(286)
5. 制造好奇	(288)
6. 说出商品的缺陷	(290)
7. 运用爱的力量	(292)
8. 满足客户最微小的愿望	(295)
9. 先发制人	(297)
10. 不谈产品, 先谈对方的人	(301)
11. 不能说的实话	(303)
12. 诱导与暗示	(305)
13. 从听中抓住说话方向	(306)
 第四章 客户异议处理的口才	 (311)
一、客户异议处理的口才技巧	 (311)
1. 不因拒绝而退缩	(315)
2. 挖掘异议的内涵	(318)
3. 设法让客户说“是”	(321)
4. 巧妙暗示	(322)
5. 引出客户的真心话	(323)
6. 提出合理的理由	(325)
7. 利用客户的信用	(326)
8. 责备自己	(327)
9. 建议客户自己做一次推销员	(328)
10. 把反对问题转化成一个问题	(329)
11. 尊重客户的异议	(330)
12. 利用周围事物处理异议	(332)
13. 忽视客户的异议	(333)

14. 补偿客户的异议	(334)
15. 让异议成为购买的理由	(335)
16. 用询问来处理异议	(336)
17. 用假设处理异议	(338)
18. 直接反驳处理异议	(339)
二、各种“借口”异议处理的口才策略	(341)
1. 对付“这个不好，我要那个”的借口	(341)
2. 对付“改天再来”的借口	(343)
3. 对付“很忙”的借口	(344)
4. 对待“以前用过，并不好”的借口	(346)
5. 对付“塞责”的借口	(348)
6. 对付“考虑”的借口	(350)
7. 对付“不急”的借口	(352)
8. 对付“不要”的借口	(354)
9. 对付“不知道新产品如何”的借口	(356)
10. 对付说“服务不好”的借口	(357)
11. 对付“发年终奖金再买”的借口	(358)
12. 对付“别家比较便宜”的借口	(359)
13. 对付“我要向朋友买”的借口	(362)
14. 对付“价格方面”的借口	(364)
15. 对付“赚不到钱”的借口	(370)
16. 对付“我不能做主”的借口	(372)
三、对待各种不同的客户异议处理的口才策略	(374)
1. 对待忙碌或性急的顾客	(375)
2. 对待爱争论的顾客	(376)
3. 对待不信任推销员的客户	(378)
4. 对待喜欢讲话的顾客	(379)

5. 对待不爱讲话的顾客	(381)
6. 对待犹豫的顾客	(383)
7. 对待似懂非懂的顾客	(386)
8. 对待追根究底的顾客	(387)
9. 对待傲慢的客户	(390)
第五章 促成交易的口才	(394)
一、把握成交时机	(394)
二、促成交易的口才技巧策略	(396)
1. 扼要陈述	(396)
2. 假借他人	(398)
3. 理智成交	(399)
4. 先买一件	(400)
5. 入股成交法	(401)
6. 引用实例	(401)
7. 比较成交	(402)
8. 让步成交	(403)
9. 反让步成交	(404)
10. 拿走成交	(405)
11. 勇士成交	(406)
12. 范围成交	(407)
13. 存钱成交	(408)
14. 犹豫成交	(408)
15. 降价成交	(409)
16. 反问成交	(410)
17. ABC 成交	(411)
18. 利用工具成交	(413)

19. 决策与选择成交	(413)
20. 边蹬边走成交	(414)
21. 邱吉尔成交法	(415)
22. “只适合你”成交法	(417)
23. 次要问题成交法	(417)
24. 善待自己成交法	(418)
25. 降压成交法	(419)
26. 恐惧成交法	(420)
27. 卷尺成交法	(421)
28. 订单成交法	(422)
29. 档案成交法	(423)
30. 投资成交法	(424)
31. 连锁成交法	(425)
32. 在考虑中成交	(426)
33. 握手成交法	(427)
34. 锐角成交法	(428)
35. 时效成交法	(429)
36. 引导成交法	(431)
37. 低价成交法	(432)
38. 道歉成交法	(433)
39. 离去成交法	(434)
三、促成交易的口才策略	(435)
1. 以二择一成交策略	(435)
2. 欲擒故纵成交策略	(437)
3. 让客户参与成交策略	(439)
4. “收银机”成交策略	(441)
5. 借喻成交策略	(443)

目 录

6. 使用客户语言成交策略	(446)
7. 提问成交策略	(449)
8. 幽默成交策略	(455)
9. 比喻成交策略	(458)
10. 攻心成交策略	(459)
11. 用情成交策略	(461)

第 **1** 部分

推销员口才基本训练

第一章

口才是打开成功 推销大门的钥匙

语言，是人类沟通思想、交流情感的工具。《圣经》旧约“创世纪”中记载着这样一件事：诺亚领着他的后代乘着方舟来到示拿，而后居住在这块平原上，他的子孙打算造一座能够到达天庭的通天塔以扬名显威。上帝知道后深为不悦，但他并不是直接阻止他们造塔，而是搅乱他们的语言，使他们彼此语言不通，结果由于缺乏共同语言，无法协作配合，通天塔始终未能建成。这一记载虽属神话，但却道出了语言在人们交往中的重要作用。

言语是推销工作中的最常用、最基本的方式。推销者不善交谈是不可思议的，而交谈不得法也同样是很糟糕的，这不仅使你达不到推销的目的，可能还会把事情弄坏。

英国销售专家戴维·帕特说：“推销是谈话的艺术。”一位推销大师说：“交易成功往往是口才的产物。”推销人员就是用这种具有不可思议的魔力的言语来做买卖，即所谓靠嘴巴吃饭。当然谈话的内容和技巧要靠平时下功夫研究提高，也要重视临场发挥。因此，推销的艺术在很大程度上可以说是运用语言的艺术，换句话说，如果掌握了推销交往中的语言艺术，也就为我们提供了一把成功打开推销大门的钥匙。

一、能说会道推销才会成功

说话是人们传情达意、交流思想的手段，既是手段，就有高低优劣之分。

古希腊寓言家伊索年轻当奴隶时，主人曾命他备办几桌酒菜招待客人。开宴时，宾客们看到席上的菜肴全是各种动物的舌头，主人大吃一惊，忙问是怎么回事。伊索答道：“舌头是引领各种学问的关键，不是最好的菜吗？”第二天，主人吩咐再办一次宴会，菜要最坏的。上菜时，伊索端上的依然是各种动物的舌头，使主人暴跳如雷。伊索解释道：“难道一切坏事不是从口出的吗？舌头既是最好的，也是最坏的东西。”

这个故事说明，只要开口，就会有一定的效果。不是使用准确的、明了的、有效力的语言，就是使用错误的、含糊的、低效甚至无效的语言，二者必居其一。所以，口才决不是一种无足轻重的东西，尤其是在推销业务中。

话语是一种表达工具，正如海洋中的水，既可以把船只承载于海洋，也可以翻起巨浪，裂桨摧帆。同样的，良好的谈吐可以助推销人员成功，而蹩脚的谈吐却可以令推销员节节败退。在日常生活中，你看看周围推销的人，有的口若悬河，滔滔不绝；有的期期艾艾、不知所云；有的谈吐隽永、满座生风；有的语言干瘪、意兴阑珊；有的唇枪舌剑、妙语连珠；有的反应迟钝、言不及义……总之，这些推销人员虽然都不是哑巴，说起话来却有着